



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade

#FullSailBrazilCommunity



O Projeto de Vida Será o Novo Diferencial Competitivo das Escolas

Quando todas as escolas oferecerem boa infraestrutura, o que realmente fará diferença?

Há alguns anos, quando uma família procurava uma escola, as perguntas eram relativamente previsíveis. Queriam saber sobre os resultados no ENEM, a aprovação nas principais universidades, a qualidade do corpo docente ou a infraestrutura disponível. Esses critérios continuam relevantes, mas percebo que uma nova pergunta tem aparecido com cada vez mais frequência nas conversas que tenho com pais e gestores escolares:

“Como esta escola prepara meu filho para um futuro que ninguém consegue prever?”

Na minha opinião, essa talvez seja uma das perguntas mais importantes que a educação precisa responder neste momento.

Vivemos em uma época em que profissões desaparecem, novas carreiras surgem em poucos anos e tecnologias transformam completamente setores inteiros da economia. Ao mesmo tempo, cresce a ansiedade de adolescentes que sentem a necessidade de definir muito cedo um caminho profissional, mesmo sabendo que o mercado continuará mudando ao longo de toda a vida.

Diante desse cenário, acredito que a principal transformação da educação não será tecnológica. Será pedagógica. Durante muito tempo, o Projeto de Vida foi tratado como mais um componente curricular previsto pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Em muitas escolas, acabou sendo incorporado à grade como uma disciplina específica, normalmente conduzida por um professor responsável. Embora essa organização tenha representado um avanço importante, tenho a impressão de que ela já não é suficiente para responder aos desafios atuais.

Cada vez mais acredito que o Projeto de Vida precisa deixar de ser visto como uma disciplina para tornar-se uma estratégia institucional. Essa mudança de perspectiva transforma completamente a conversa. Quando pensamos no Projeto de Vida apenas como uma aula, costumamos perguntar quem será o professor responsável ou qual material será utilizado. Quando o entendemos como parte da identidade da escola, surgem perguntas muito mais relevantes: como ajudamos nossos estudantes a desenvol-

ver autoconhecimento? Como estimulamos o pensamento crítico? Como aproximamos os jovens das transformações do mercado de trabalho? Como envolvemos as famílias nesse processo? E como apoiamos os próprios professores para orientar alunos diante de profissões que sequer existiam quando eles iniciaram suas carreiras?

Perceba que, nesse modelo, o centro deixa de ser a disciplina. Passa a ser o estudante. Ao longo da minha trajetória profissional, tive a oportunidade de conversar com milhares de adolescentes em diferentes regiões do Brasil. Curiosamente, o que mais encontro não é falta de interesse pelo futuro, mas excesso de possibilidades. Há algumas décadas, muitos jovens escolhiam entre um conjunto relativamente pequeno de profissões. Hoje convivem com centenas de caminhos possíveis, muitos deles desconhecidos por seus próprios pais.

Essa abundância de opções, embora represente uma conquista da sociedade contemporânea, também pode gerar insegurança. Barry Schwartz chamou esse fenômeno de **Paradoxo da Escolha**, mostrando que, quanto maior o número de possibilidades disponíveis, mais difícil pode se tornar o processo de decisão.

Talvez seja exatamente por isso que o Projeto de Vida ganhe uma importância tão grande. Seu objetivo não deveria ser dizer aos estudantes qual profissão escolher, mas ajudá-los a desenvolver critérios para fazer boas escolhas ao longo da vida.

Afinal, profissões mudam. Tecnologias evoluem. Mercados se transformam. A capacidade de conhecer a si mesmo, adaptar-se às mudanças, aprender continuamente e tomar decisões conscientes permanece relevante em qualquer cenário.

Tenho observado que algumas escolas já começam a compreender esse movimento. Em vez de concentrar a orientação profissional apenas no último ano do Ensino Médio, constroem uma cultura permanente de desenvolvimento. Promovem encontros com profissionais, aproximam os estudantes do mundo do trabalho, incentivam projetos interdisciplinares, envolvem as famílias e criam oportunidades para que os jovens experimentem diferentes possibilidades antes de tomar decisões importantes.

Mais do que cumprir uma exigência curricular, essas iniciativas fortalecem a identidade da própria instituição.

Em um mercado educacional cada vez mais competitivo, acredito que as escolas deixarão de ser reconhecidas apenas pelos seus indicadores acadêmicos. Serão lembradas também pela maneira como ajudam seus estudantes a construir projetos de vida consistentes, desenvolver autonomia e enfrentar um futuro marcado pela incerteza.

Curiosamente, esse movimento também fortalece a relação de confiança com as famílias. Quando os pais percebem que a escola não está preocupada apenas com desempenho em provas, mas também com o desenvolvimento humano de seus filhos, a instituição passa a ocupar um papel muito mais estratégico em suas vidas.

Tenho a impressão de que, em poucos anos, excelentes laboratórios, tecnologia educacional e metodologias inovadoras deixarão de ser diferenciais. Serão requisitos básicos.

O verdadeiro diferencial estará na capacidade de responder a uma pergunta muito mais profunda:

Como esta escola ajuda cada estudante a descobrir quem é antes de decidir quem deseja se tornar?

Na minha opinião, essa talvez seja a principal missão da educação no século XXI. E, justamente por isso, acredito que o Projeto de Vida deixará de ser apenas uma disciplina. Passará a ser uma das estratégias mais importantes para as escolas que desejam permanecer relevantes nas próximas décadas.

Referências
BRASIL. *Base Nacional Comum Curricular (BNCC)*. Ministério da Educação, 2018.

MORIN, E. *Os Sete Saberes Necessários à Educação do Futuro*. UNESCO/Cortez, 2000.

SCHWARTZ, B. *The Paradox of Choice: Why More Is Less*. Harper Perennial, 2004.

(*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômio criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto

O custo invisível das experiências ruins com IA

Mario Marchetti (*)

A inteligência artificial se tornou prioridade estratégica em praticamente todos os setores. Empresas investem em automação, agentes virtuais e experiências conversacionais com a expectativa de ganhar eficiência, reduzir custos e acelerar atendimento.

Mas existe um efeito colateral que começa a ganhar força no mercado: o custo invisível das experiências ruins com IA. Bots mal treinados, respostas genéricas, falta de contexto e jornadas fragmentadas não geram apenas frustração momentânea. Eles corroem confiança, desgastam reputação e aumentam churn de forma silenciosa.

O problema é que muitas organizações ainda medem sucesso apenas pela capacidade de automatizar interações. Automatizar, porém, não significa necessariamente melhorar experiência. Quando

a IA falha em compreender intenção, insiste em respostas repetitivas ou impede o acesso rápido ao atendimento humano, a percepção do consumidor muda rapidamente. O que deveria transmitir inovação passa a gerar distanciamento.

Existe uma diferença importante entre eficiência operacional e qualidade relacional. O consumidor atual aceita interações automatizadas. O que ele não aceita é sentir que está preso em um labirinto digital sem saída. Em um ambiente cada vez mais competitivo, experiências ruins não terminam na conversa frustrada. Elas impactam recompra, fidelização e recomendação de marca.

O paradoxo é que, enquanto empresas investem milhões para fortalecer experiência do cliente, algumas acabam deteriorando exatamente esse ativo por implementações apressadas de IA. A nova geração de consumidores valoriza veloci-

dade, mas também contexto, continuidade e resolução real. Isso exige modelos mais sofisticados de inteligência conversacional, capazes de entender histórico, intenção e momento da jornada.

Outro ponto importante é que IA não elimina a importância do fator humano. Na verdade, ela aumenta a necessidade de intervenções humanas mais qualificadas e estratégicas. O futuro do atendimento não será totalmente automatizado nem totalmente humano. Será híbrido.

As empresas mais bem-sucedidas serão aquelas que entenderem que IA não deve funcionar como barreira entre marca e consumidor, mas como facilitadora de relacionamento. Porque, no final, clientes raramente lembram qual tecnologia foi usada. Eles lembram apenas de como a experiência os fez sentir.

(*) CEO LATAM da Sinch.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
33º Subdistrito - Alto da Mooca
ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **MURILO HENRIQUE PEREIRA REIS DA SILVA**, estado civil solteiro, filho de Enio Reis da Silva e de Sônia Pereira Alves, residente e domiciliado em São Paulo - SP. A pretendente: **MARIANA PARRALO DIAS**, estado civil solteira, filha de Marcelo Zanco Dias e de Alessandra Parralo Dias, residente e domiciliada em São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Tamaratata, nº 239, apto. 141, neste Subdistrito Alto da Mooca, São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Celso de Azevedo Marques, nº 361, apto. 121-A Subdistrito da Mooca, São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência da pretendente.

O pretendente: **FABIO LUIS CANONE FELICINO**, estado civil solteiro, filho de Luis Augusto Feliciando e de Mariceni Canone Feliciano, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **STEFANY DE JESUS BARROSO**, estado civil solteira, filha de Luis Barroso Neto e de Ana Bete Vitória de Jesus, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios





PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/7A74-A209-B139-57FE> ou vá até o site <http://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 7A74-A209-B139-57FE



Hash do Documento

E788BBCB448D74ACAAD5EBD090E90307D7A5A1B4A7AAFE8540F983435F472840

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 16/07/2026 é(são) :

- ☒ Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 16/07/2026 18:57 UTC-03:00
- Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.
IP: 172.16.4.12
AC: AC Certisign RFB G5

